

Smag og kvalitet – kan det måles, vejes, udvikles?

Klaus G. Grunert

MAPP Center for Research on Customer Relations in the Food Industry, Aarhus Universitet

Mange forbrugere ser positivt på økologiske fødevarer. Når en fødevarer er mærket som økologisk, så stiger forventningerne, og mange forbrugere er villige til at betale en merpris. Men forventninger kan blive skuffet, og jo højere forventningerne er, jo større er også faren for at de ikke bliver indfriet og forbrugeren køber noget andet næste gang. Det er derfor vigtigt at forstå, hvordan forventninger bliver dannet, og hvorfor de muligvis bliver skuffet.

Den første årsag til at en mærkning som 'økologisk' fører til øgede forventninger er, at 'økologisk' opfattes som kvalitetssignal. Når en fødevarer købes, så er de for forbrugeren væsentlige kvalitetsparametre – især smag og sundhed – ukendte. Forbrugeren er nødt til at danne forventninger om smag og sundhed, samt andre relevante kvalitetsaspekter, ud fra de informationer, der er tilgængelige på købstidspunktet. 'Økologisk' kan, sammen med andre kvalitetssignaler som produktets udseende, emballage, producentmærke m.m., blive brugt som grundlag for en forventningsdannelse.

Den anden årsag er at 'økologisk' simpelthen er den gode teknologi. Den udløser hos mange forbrugere positiv affekt på samme måde, som fx 'genmodificering' udløser negativ effekt. Denne positive affekt er umiddelbar og spontan og kan opstå uden at man ellers gør sig tanker om produktets kvalitet. 'Økologisk' kan derfor have en positiv effekt på forbrugeren på to måder – ved at øge kvalitetsforventningerne, og ved at fremkalde en positiv følelse. Vi taler om en kognitiv og en affektiv effekt.

Sådanne effekter kan analyseres. Vi kan undersøge, hvordan 'økologisk', i kontekst af andre potentielle kvalitetssignaler, fremkalder positive forventninger om kvalitet. Vi kan ligeledes undersøge hvordan 'økologisk' påvirker præference for et produkt uden at det nødvendigvis har med kvalitetsforventninger at gøre.

Men forbrugeren kan blive skuffede. Hovedårsagen til skuffelsen er smagen. Smag er den del af kvaliteten, der kan opleves efter købet. Forbrugeren kan blive skuffede fordi deres forventninger om en særlig god eller en specifik smag ikke bliver indfriet. De kan også blive skuffede uden at de havde specifikke forventninger om smagen, bare fordi de troede at det her var et særlig godt produkt. Det er derfor vigtigt at forstå, hvordan forskellige kvalitetssignaler, herunder 'økologisk', påvirker forventningerne, og at undersøge, hvordan den efterfølgende smagsoplevelse påvirker både kvalitetsopfattelsen og produktpræferencen. Specifikke oplysninger om produktionsmetoden kan føre til specifikke forventninger om smag, eller også bare til forventninger om en særlig god smag. Derfor skal det fysiske produkt, de oplysninger man giver om produktet (herunder 'økologisk') og produktets smag afstemmes på en sådan måde, at der er sammenhæng mellem forventninger og oplevelse. Dette stiller store krav til produktoptimering også for økologiske producenter.